



Kiel-Marketing

## Skandinavien Tage 2017 – Ausschreibung des Veranstaltungsformats

Die Skandinavien Tage werden seit 2005 von **Kiel-Marketing** in der Innenstadt veranstaltet. Kiel-Marketing ist die Marketingorganisation der Landeshauptstadt Kiel und ist mit den Bereichen Tourismus, Stadt- und Citymanagement als Verein und dem Bereich Sailing & Business als GmbH organisiert. Als Multiplikator der Marke KIEL.SAILING.CITY entwickelt Kiel-Marketing Maßnahmen, um die Stadt für alle Bürgerinnen und Bürger und Besucher attraktiv und lebenswert zu gestalten und fungiert als Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Verwaltung.



Um die besondere **Beziehung zwischen Kiel und Skandinavien** für Bewohner und Besucher der Landeshauptstadt erlebbar zu machen, finden an jedem ersten Novemberwochenende die Skandinavien Tage auf prominenten Plätzen in der Kieler Innenstadt statt. Das Wikingerdorf von NORVIK bildet einen zentralen Anlaufpunkt und lädt auf dem Asmus-Bremer-Platz zum Entdecken und Selbstgestalten historisch-skandinavischer

Handwerkskunst ein. Versorgt werden die Besucher typisch skandinavisch mit Räucherfisch, Flammkuchen oder Hot Dogs und haben an den zwei weiteren Veranstaltungsorten „Alter Markt“ und „Europaplatz“ außerdem die Möglichkeit den Streichelzoo des Tierparks Gettorf und den Bücherbus der dänischen Zentralbibliothek zu besuchen. Insgesamt laden rund **30 Stände** (60 % Gastronomie, 20 % Kunsthandwerk, 20 % Kinderattraktionen) zum Entdecken ein.

Die Skandinavien Tage verbinden landestypische Speisen und Geschichte mit Attraktionen für alle kleinen und großen Fans unserer nordischen Nachbarn. Mit einer Reichweite von 1.438.025 Lesern und 80.000 Besuchern, sind die Skandinavien Tage **eine gelernte und erfolgreiche Veranstaltung** im Kieler Kulturkalender.

Verknüpft wird die Veranstaltung mit einem **verkaufsoffenen Sonntag**, an dem die Händler der Innenstadt sowie umliegende Standorte wie IKEA oder die Holtenuer Straße von 13 bis 18 Uhr ihre Türen öffnen. Beworben wird die Sonntagsöffnung mit dem überregionalen Medienmix der **KIEL MACHT AUF! Kampagne**. Als Veranstaltung im öffentlichen Raum sind die Skandinavien Tage für alle Besucher und Interessierten kosten- und barrierefrei zugänglich und erzielen durch die Sonntagsöffnung eine verdoppelte Frequenz. Durch die Verbindung von **Event und Sonntagsöffnung** wird die Kieler Innenstadt und der ansässige Einzelhandel belebt und gefördert.





## Veranstaltung sucht neuen Veranstalter – Begleiten Sie die Skandinavien Tage in die Zukunft!



Der Kiel-Marketing e.V. schreibt in 2017 erstmals das Veranstaltungsformat „Skandinavien Tage“ aus. Für die Durchführung der Veranstaltung ist Kiel-Marketing auf der Suche nach einer Veranstaltungsagentur, die bereits Erfahrungen mit der Umsetzung von Veranstaltungen im öffentlichen Raum bzw. Innenstadtveranstaltungen gesammelt hat und über ausreichend Kapazitäten verfügt, die Skandinavien Tage vor, während und nach der Veranstaltung umfassend zu betreuen.

Weitere Informationen zur Veranstaltung finden Sie auf:

<http://bit.ly/2pZxvHv>

Das Anmeldeformular für Teilnehmer:

<http://bit.ly/2pZAMqa>

### Leistungen des Vertragspartners (Veranstaltungsagentur)

1. Der Vertragspartner verpflichtet sich zur **Angebotsabgabe bis zum 31. Mai 2017**. Aus dem Angebot soll das Konzept für die Skandinavien Tage 2017 deutlich erkennbar sein. Es sollen weitere Stände und Programmpunkte durch den Vertragspartner akquiriert, abgewickelt und abgerechnet werden, die das Thema der Veranstaltung wahren und stark ausbauen. Dabei soll das Angebot hochwertige Gastronomie, traditionelles Kunsthandwerk und Aktionen für Kinder bereithalten.
2. Der Vertragspartner verpflichtet sich zur Durchführung der Veranstaltung „Skandinavien Tage“ am **04. und 05. November 2017** in der Kieler Innenstadt. Es wird ein Vertrag über die Durchführung erstellt, der den Vertragspartner als Veranstaltungshoheit einsetzt sowie alle Rechte und Pflichten im Zuge der Veranstaltungsvorbereitung, -durchführung und -nachbereitung an diesen überträgt. Auch die Veranstaltungsrechte werden von Kiel-Marketing an den Vertragspartner für die Dauer des Vertrages übertragen, wobei die Marke der Veranstaltung bei Kiel-Marketing bleibt. Ziel ist es, die Veranstaltung langfristig durch den Vertragspartner durchführen zu lassen, mindestens jedoch in den nächsten drei Jahren. Der Vertrag über die Durchführung soll eine Kündigungsmöglichkeit nach dem ersten Veranstaltungsjahr beinhalten.
3. Die **Bespielung des Asmus-Bremer-Platzes** wurde in den letzten Jahren von Morten Bauer (NORVIK) übernommen. Hier entstand ein Wikingerdorf mit Vorführungen und Verkauf von Handwerkskunst sowie Mit-Mach-Aktionen für Kinder. Der Vertragspartner verpflichtet sich zumindest im ersten Jahr zur Fortführung des von den Besuchern gelernten Angebots in Absprache mit Herrn Bauer. Darüber hinaus ist die Veranstaltung **nicht an Partnerschaften oder Sponsoren gebunden**.



Kiel-Marketing

4. Die **angemessene Bewerbung** der Veranstaltung sowie die Begleitung durch Pressearbeit und Bespielung von Facebook als auch die Dokumentation der Bewerbung obliegen dem Vertragspartner.
5. Spätestens einen Monat vor der Durchführung der Veranstaltung soll Kiel-Marketing ein **finaler Standplan** vorgelegt werden, der durch Kiel-Marketing zu bestätigen ist und durch den Vertragspartner umzusetzen ist. Dazu gehört die korrekte Ermittlung des Infrastrukturbedarfs, welcher durch den Veranstalter im Zuge der Veranstaltung zu realisieren ist.
6. Dem Vertragspartner obliegen außerdem die **Begleitung der Veranstaltung** im Rahmen der Auf- und Abbaubetreuung sowie die Betreuung vor Ort während der Veranstaltungszeiten durch eine aufsichtführende Person. Die Veranstaltung soll darüber hinaus angemessen dokumentiert werden.
7. Jegliche **Einnahmen**, die durch die Veranstaltung generiert werden, sind Einnahmen des Vertragspartners. Ebenso ist das **Budget** für die Veranstaltung allein durch den Vertragspartner zu stellen. Für den Vertragspartner fallen keine Lizenzgebühren für die Nutzung der Veranstaltungsrechte an. Kiel-Marketing trägt wiederum keine Kosten für Veranstaltungsvorbereitung, -durchführung und -nachbereitung.
8. Die Höhe der **Standgebühren** soll das Niveau des Vorjahres nicht oder nur geringfügig (max. 20 %) übersteigen. Eine Anpassung in den Folgejahren ist möglich, sollte sich allerdings am herrschenden Gebühren-Niveau der Landeshauptstadt orientieren.

### Leistungen Kiel-Marketing

1. Der Vertragspartner kann sich auf Expertise aus jahrelanger, selbstständiger Durchführung der Veranstaltung berufen, die ihm durch Kiel-Marketing bereitgestellt wird. Kiel-Marketing **unterstützt den Vertragspartner** vor allem im ersten Jahr der Durchführung bei den Vorbereitungen der Veranstaltung. So kann Kiel-Marketing z.B. Erstansprachen bei Ämtern leisten oder Kontakte zu regionalen Dienstleistern vermitteln.
2. Kiel-Marketing stellt den **Antrag auf Sondernutzung** beim Ordnungsamt der Landeshauptstadt.
3. Kiel-Marketing stellt dem Vertragspartner **Anmeldeformulare für Teilnehmer** zur Verfügung sowie alle bereits **eingegangenen Anmeldungen** zur Veranstaltung.
4. Kiel-Marketing kann Dateien der **Werbemittel** zur Verfügung stellen und ist in jedem Fall mit seinem CI auf den Werbemitteln vertreten. Dadurch und durch die Nutzung der eigenen Kanäle dient Kiel-Marketing dem Vertragspartner als **Multiplikator** der Veranstaltung.



Kiel-Marketing

5. Kiel-Marketing unterstützt die Bewerbung der Veranstaltung mithilfe der **KIEL MACHT AUF! Kampagne**, die die Sonntagsöffnung mit einem überregionalen Medienmix bewirbt. Im Zuge dessen wird es erneut ein **Gewinnspiel** geben, welches die Besucher dem Veranstaltungsflyer entnehmen können. Es handelt sich hierbei um eine Schnitzeljagd durch die Kieler Innenstadt, bei der themenbezogene Fragen beantwortet werden, die in den Schaufenstern der teilnehmenden Einzelhändler zu finden sind. Neben der Akquise der teilnehmenden Einzelhändler sowie deren Gewinne, begleitet Kiel-Marketing außerdem die Umsetzung des Gewinnspiels (Gewinnspielfragen/-requisiten vorbereiten, Gewinnspielablauf koordinieren).

Außerdem fragt Kiel-Marketing für den Vertragspartner die Bewerbung der Veranstaltung durch **Plakatierung** an. Der Vertragspartner kann somit von dem Rabatt profitieren, der Kiel-Marketing gewährt wird. Die Kosten für die Plakatierung werden dem Vertragspartner weiterberechnet.

6. Kiel-Marketing bietet dem Vertragspartner die Organisation eines **Rahmenprogramms** durch Kulturinstitutionen und Einzelhändler der Innenstadt an.

#### **Haben wir Ihr Interesse geweckt?**

Dann bewerben Sie sich mit Ihrem Veranstaltungskonzept um die Durchführung der Skandinavien Tage 2017 ff. bis zum 31. Mai an [j.hesse@kiel-marketing.de](mailto:j.hesse@kiel-marketing.de).

#### **Für Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!**

Kiel-Marketing e.V.

Stadt- und Citymanagement

Johannes Hesse

Tel.: 0431-67910-51

Email: [j.hesse@kiel-marketing.de](mailto:j.hesse@kiel-marketing.de)